



VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA  
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MANAGEMENTU

Turistický potenciál regionu Frýdlantsko

Tourism Potential of the Frydlant Region

Student: Radka Kytková

Vedoucí bakalářské práce: doc. Ing. Václav Lednický, CSc.

Uherské Hradiště 2011

## **Zadání**

**Místopřísežné prohlášení**

Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou práci, včetně příloh, vypracovala samostatně.

V Uherském Hradišti dne:

Podpis:

### **Poděkování**

Ráda bych poděkovala doc. Ing. Václavu Lednickému CSc. za cenné připomínky, odborné rady a především za čas a ochotu, kterými přispěl k vypracování této bakalářské práce.

Radka Kytková

# OBSAH

1. ÚVOD .....	9
2. METODIKA ZPRACOVÁNÍ A CÍL PRÁCE .....	10
2.1 SPECIFIKA INFORMACÍ .....	10
2.2 METODY VÝZKUMU .....	11
2.2.1 Pozorování .....	12
2.2.2 Dotazování .....	12
2.2.3 Experiment .....	12
2.3 CÍL PRÁCE .....	13
3. TEORETICKÁ VÝCHODISKA .....	14
3.1 VYMEZENÍ A DEFINICE POJMU CESTOVNÍ RUCH .....	14
3.2 ZÁKLADNÍ POJMY V CESTOVNÍM RUCHU .....	15
3.3 VYBRANÉ FORMY CESTOVNÍHO RUCHU .....	17
3.3.1 Lázeňský cestovní ruch .....	17
3.3.2 Náboženský cestovní ruch .....	18
3.3.3 Venkovský cestovní ruch .....	18
3.3 MOTIVACE V TURISMU .....	19
3.3.1 Motivace .....	19
3.3.2 Typy cestování .....	20
3.4 PODMÍNKY A PŘEDPOKLADY ROZVOJE CR .....	21
3.4.1 Základní podmínky rozvoje cestovního ruchu .....	21
3.4.2 Činitele rozvoje a rozmístění cestovního ruchu .....	22
4. CHARAKTERISTIKA ÚZEMÍ .....	25
4.1 ADMINISTRATIVNÍ VYMEZENÍ OBLASTI .....	25
4.2 FYZICKO-GEOGRAFICKÁ CHARAKTERISTIKA REGIONU .....	26
4.3 PŘÍRODNÍ ZAJÍMAVOSTI .....	28

4.3.1 Chráněná území .....	28
4.3.2. Vyhledky, skalní města a útvary .....	28
4.4 PAMÁTKY FRÝDLANTSKA .....	29
4.4.1 Církevní památky.....	29
4.4.2 Hradky a zámky .....	29
4.4.3 Lázně.....	29
4.4.3 Lidová architektura .....	30
4.4.4 Různé historické a technické památky.....	30
4.5 TURISTIKA NA FRÝDLANTSKU .....	31
4.5.1 Pěší turistika.....	31
4.5.2 Cykloturistika.....	31
4.5.3 Zimní turistika.....	32
4.6 TURISTICKÁ INTRASTRUKTURA .....	33
4.6.1 Ubytovací zařízení .....	33
4.6.2 Restaurační zařízení .....	33
4.6.3 Dopravní infrastruktura.....	33
4.6.4 Kulturně společenské akce.....	34
4.6.5 Informační služby .....	35
5. VLASTNÍ ZJIŠTĚNÍ.....	36
5.1 PROPAGACE.....	36
5.1.1 Informační centra .....	36
5.1.2 Města.....	36
5.1.3 Organizace a sdružení .....	37
5.2 SPOLUPRÁCE .....	37
5.3 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ .....	38
5.2.1 Cíl výzkumu.....	38
5.2.2 Sběr informací.....	38

5.2.3 Výsledky dotazníkového šetření .....	38
5.4 CESTOVNÍ RUCH V REGIONU .....	43
6. DOPORUČENÍ.....	44
7. ZÁVĚR .....	47
SEZNAM ZDROJŮ .....	48
SEZNAM ZKRATEK .....	51
SEZNAM GRAFŮ .....	52
SEZNAM TABULEK .....	52
SEZNAM PŘÍLOH.....	54



# 1. ÚVOD

Tématem mé bakalářské práce je „Turistický potenciál regionu Frýdlantsko“. Toto téma jsem si zvolila na základě osobních zkušeností jak z pohledu obyvatele, tak z pohledu turisty navštěvujícího atraktivitu regionu.

Turistický potenciál chápu jako vlastnost regionu vhodnými předpoklady přilákat k jeho návštěvě určitý počet turistů. Čím větší potenciál je, tím více turistů danou oblast navštíví. Ovšem jde o to, zda je potenciál správně a plně využit. Mezi předpoklady bych zařadila turistické atraktivity všech druhů. Mezi přírodními atraktivitami jsou to např.: lesy, hory, různé CHKO, jeskyně, jezera; mezi kulturně-historickými hrady, zámky, zříceniny, apod. Mezi velmi důležité předpoklady patří také ty materiálně-technické zajišťující návštěvníkům především dopravu, ubytování a stravování a další služby. Ovšem pouze výčet těchto atraktivit není turistickým potenciálem. V návaznosti na ně musí být v regionu rozvinutá spolupráce mnoha odvětví cestovního ruchu. Je potřeba kooperace mezi dopravou, stravováním a ubytováním, provozovateli různých služeb a atraktivit, informačními a dalšími různými službami.

Region Frýdlantsko oplývá především přírodními atraktivitami. Z tohoto důvodu zde není nouze o různé cyklotrasy a velmi hustou síť pěších stezek vedoucích na horské vyhlídky a rozhledny. V zimě nabízejí Jizerské hory velmi dobré podmínky pro klasické lyžování, v této době se branou do jizerských hor stává horská chata Smědava. Jsou zde také vhodné podmínky pro rybaření a horolezectví. V regionu je spousta zajímavých míst a historických památek. Nachází se zde hrad a zámek Frýdlant, poutní bazilika Navštívení panny Marie v Hejnicích, Lázně Libverda nebo Obří sud. Ve Frýdlantu probíhají Valdštejnské slavnosti, které jsou jednou z největších akcí svého druhu. Frýdlantský výběžek odděluje od libereckého kraje Jizerské hory, které zasahují do jeho jižní části. Region Frýdlantsko se nachází na trojmezí Čech, Německa a Polska a je také členem euroregionu Nisa, který zde vznikl v roce 1991 jako první euroregion vytvořený v oblasti střední a východní Evropy.

## 2. METODIKA ZPRACOVÁNÍ A CÍL PRÁCE

Součástí každé výzkumné a odborné práce je vhodně zvolená metoda, díky níž získáme vstupní informace, které nám dále poslouží k odpovídajícímu určení cíle práce. Proto je nezbytné se této problematice věnovat již na počátku práce.

### 2.1 SPECIFIKA INFORMACÍ

**Podle zdrojů informací a způsobu jejich získávání rozlišujeme:**

#### *Sekundární data*

Sekundární data jsou existující data, která byla shromážděna za jiným účelem. Výzkumníci obvykle začínají tím, že přezkoumají sekundární data, aby se přesvědčili, zda jejich problém nelze částečně nebo úplně vyřešit bez nákladného získávání primárních dat. Data lze čerpat z nesčetného množství oficiálních publikací, encyklopedií a periodik; data obchodního charakteru lze dokonce koupit od firem.

#### *Primární data*

Jestliže potřebná data neexistují, nebo jsou zastaralá, nepřesná, neúplná či nespolehlivá, bude výzkumný pracovník muset s vyššími náklady shromáždit primární data. V tom případě je třeba si vybrat mezi individuálními pohovory, studiem ohniskové (zájmové) skupiny, korespondenčními nebo telefonickými šetřeními a experimentálním výzkumem.<sup>1</sup>

**Podle charakteru získaných informací rozlišujeme:**

#### *Kvantitativní výzkum*

Kvantitativní výzkum je výzkum, který zjišťuje četnost určitého stavu nebo jevu. Účelem je získat číselné údaje.

---

<sup>1</sup> Kotler, P. Marketing podle Kotlera

## Kvalitativní výzkum

Kvalitativní výzkum zjišťuje hlubší příčiny, proč se něco stalo nebo děje. Cílem je zjistit příčiny, názory, postoje, mínění a motivy dotázaných, jež vyvolávají nebo mají za následek vznik určitého stavu nebo jevu, analyzovat vztahy, závislosti a příčiny za účelem jejich zobecnění.<sup>2</sup>

## 2.2 METODY VÝZKUMU

Tabulka 2.1 Přehled základních metod sběru dat

Metoda	Základní členění	Podrobnější členění
<b>Pozorování</b>	dle prostředí	<ul style="list-style-type: none"><li>- v přirozených podmínkách</li><li>- v uměle vyvolaných podmínkách</li></ul>
	dle pozorovacích kategorií	<ul style="list-style-type: none"><li>- strukturované</li><li>- nestrukturované</li></ul>
	dle místní a časové návaznosti	<ul style="list-style-type: none"><li>- přímé</li><li>- nepřímé</li></ul>
	dle pozice pozorovatele	<ul style="list-style-type: none"><li>- zjevné</li><li>- skryté</li></ul>
	dle role pozorovatele	<ul style="list-style-type: none"><li>- vnější (nezúčastněné)</li><li>- zúčastněné</li></ul>
<b>Dotazování</b>	osobní rozhovor	<ul style="list-style-type: none"><li>- strukturovaná (standardizovaný)</li><li>- polostrukturovaný</li><li>- nestrukturovaný (psychologická explorace – rozhovor)</li></ul>
	písemné	<ul style="list-style-type: none"><li>- poštovní anketa</li><li>- anketa prostřednictvím masmédií</li><li>- „rozdávaná“ anketa</li><li>- vkládání dotazníku do obalu výrobku</li></ul>
	telefonické	
	elektronické	
<b>Experiment</b>	dle místa realizace	<ul style="list-style-type: none"><li>- laboratorní</li><li>- v přirozených podmínkách</li></ul>
	dle časového sledu	<ul style="list-style-type: none"><li>- pretest (předchozí testování)</li><li>- posttest (následné testování)</li></ul>
	dle převahy metod	<ul style="list-style-type: none"><li>- pozorovací</li><li>- dotazovací</li></ul>

Zdroj: VYSEKALOVÁ, J.; STRNAD, P.; VYDROVÁ, J. *Základy marketingu : pro střední odborné školy*. 1. vyd. Praha : Fortuna, 2003. 168 s. ISBN 80-7168-419-8.

<sup>2</sup> Simová, J. Marketingový výzkum

### **2.2.1 Pozorování**

Pozorování je metoda, kde je podstatným znakem to, že poznáváme skutečnost na základě smyslového vnímání. Výhodou pozorování je, že jeho pomocí můžeme získat objektivní a přesné údaje. Tato metoda však neumožňuje zkoumat příčiny jevů a hodí se jen k průzkumu vybraných problémů.

### **2.2.2 Dotazování**

Podstatou dotazovacích technik je pokládání otázek respondentům s cílem získat potřebné údaje.

#### ***Osobní dotazování***

Toto dotazování je založeno na osobním kontaktu s dotázaným. Základní formou je rozhovor, který je členěn podle stupně strukturovanosti otázek, jak jsou uvedeny v celkovém přehledu.

Při rozhovoru je důležité navázat kontakt, vytvořit vhodnou atmosféru rozhovoru, vést rozhovor tak, aby respondent byl motivován k odpovědím.

#### ***Písemné dotazování***

Všechny formy písemného dotazování uvedené v přehledu mají společné to, že respondent dostává dotazník předem a sám rozhoduje o tom, kdy a zda jej vyplní.

Ve všech případech je velmi důležité jednoznačně a srozumitelně formulovat otázky, motivovat k odpovědi ať již předchozí publicitou či vypsáním různých odměn (slosování, soutěže), zaručení anonymity, krátký rozsah dotazníku.

### **2.2.3 Experiment**

Experiment je speciální metoda založená na vytvoření situace s určitými měřitelnými parametry, které jsou důležité pro projekt výzkumu. Předmětem zkoumání

je např. testování vzorků hotových výrobků, testování názvů a ochranných značek, testování obalů zboží, dojemové a zkušenostní testy apod.<sup>3</sup>

## **2.3 CÍL PRÁCE**

Cílem mé práce je především popsat oblast a vybrané atraktivity regionu a přiblížit další méně známé atraktivity, které by mohly přilákat další návštěvníky do regionu Frýdlantsko, který není příliš známým turistickým cílem.

Na základě terénního výzkumu a dotazování se také pokusím zjistit, jakou formou a v jaké intenzitě je region propagován, co by se dalo zlepšit jak na propagaci, tak na službách v regionu, které se podílejí na cestovním ruchu. Pokusím se zjistit, jak spolupracují jednotlivé složky turistické infrastruktury, jakým způsobem region podporuje zvýšení turismu a zda je na něj připraven.

---

<sup>3</sup> Vysekalová, J.; Strnad, P.; Vydrová, J. Základy marketingu : pro střední odborné školy

### 3. TEORETICKÁ VÝCHODISKA

#### 3.1 VYMEZENÍ A DEFINICE POJMU CESTOVNÍ RUCH

Cestovní ruch je významný společensko-ekonomický fenomén a to jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti. Každoročně představuje největší pohyb lidské populace za rekreací, poznáváním a naplněním vlastních snů z příjemné strávené dovolené. Je součástí spotřeby a způsobu života obyvatel zejména ekonomicky vyspělých zemí. Ve světovém měřítku patří vedle obchodu s ropou a automobilovým průmyslem ke třem největším exportním odvětvím.<sup>4</sup>

Vedoucím motivem tohoto pohybu a pobytu je záměrná změna prostředí, jež umožňuje člověku uspokojit některé z jeho potřeb, například potřeby odpočinku, klidu, pohybu, poznání, kulturních a estetických zážitků, změny místa, seberealizace a další, pro jejichž uspokojení neposkytuje místo běžného životního prostředí (místo jejich bydliště) dostatek možností a příležitostí nebo neumožňuje dostatečnou kvalitu jejich uspokojení.

Složitost jevu, jakým cestovní ruch je, jeho mnohooborovost, činí pak obtížným i jeho přesné a z hlediska teorie i praxe jednotné definování. Celý dosavadní vývoj je toho důkazem.<sup>5</sup>

S cílem sjednotit názory na definování cestovního ruchu z hlediska statistiky organizovala Světová organizace cestovního ruchu (WTO) v roce 1991 v kanadské Ottawě mezinárodní konferenci o statistice cestovního ruchu. Účastníci přijali návrh, že cestovním ruchem se rozumí „činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí (místo bydliště), a to na dobu kratší, než je stanovená, přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě“. Stanovenou dobou se v mezinárodním cestovním ruchu rozumí jeden rok, v domácím cestovním ruchu šest měsíců. Výdělečná činnost není v navštíveném místě založená na trvalém nebo přechodném pracovním poměru, ale to ovšem nevylučuje služební, obchodní a podobné cesty anebo firmy. Definice WTO

---

<sup>4</sup> Hesková, M., et al. Cestovní ruch : pro vyšší odborné školy a vysoké školy

<sup>5</sup> Malá, V. Cestovní ruch (Vybrané kapitoly)

vylučuje z cestovního ruchu cestování v rámci místa trvalého bydliště, pravidelné cesty do zahraničí, dočasné přestěhování se za prací a dlouhodobou migraci.

Zjednodušeně je pojem cestovní ruch specifikován v kombinaci s pojmem cestování i v České verzi evropské normy EN 13809:2003. Tato norma má status české technické normy. Pod cestováním a cestovním ruchem se rozumí „činnost lidí, kteří cestují na místa mimo své běžné prostředí anebo zde pobývají za účelem zábavy, pracovní nebo z jiných důvodů“ (Služby cestovního ruchu – cestovní agentury a cestovní kanceláře (touroperátoři) – terminologie, ČSN EN 13809, 2004).<sup>6</sup>

### 3.2 ZÁKLADNÍ POJMY V CESTOVNÍM RUCHU

V souvislosti s definováním pojmu cestovní ruch, byly vytvořeny další definice vztahující se k detailnějšímu rozdělení typů účastníků cestovního ruchu a k dalším pojmům z oblasti cestovního ruchu.

SUBJEKT CESTOVNÍHO RUCHU (TOURIST SUBJEKT) představuje účastník cestovního ruchu. Z ekonomického hlediska je jím každý, kdo uspokojuje své potřeby spotřebou statků cestovního ruchu v době cestování a pobytu mimo místo svého trvalého bydliště a to obvykle ve volném čase. Je nositelem poptávky a spotřebitelem produktu cestovního ruchu.<sup>7</sup>

#### *Stálý obyvatel (rezident)*

- v **mezinárodním** cestovním ruchu ve vztahu k určité zemi se tímto rozumí osoba, která žije v zemi alespoň jeden rok před příjezdem do jiné země na dobu kratší jednoho roku
- v **domácím** cestovním ruchu ve vztahu k danému místu je za stálého obyvatele považována osoba, která v tomto místě žije alespoň šest po sobě jdoucích měsíců před příjezdem do jiného místa na dobu kratší šesti měsíců.

---

<sup>6</sup> Hesková, M., et al. Cestovní ruch : pro vyšší odborné školy a vysoké školy

<sup>7</sup> Hesková, M., et al. Cestovní ruch : pro vyšší odborné školy a vysoké školy

### *Návštěvník (visitor)*

- v **mezinárodním** cestovním ruchu je to osoba, jež cestuje z jiné země, než v níž má své trvalé bydliště a to na dobu nepřekračující jeden rok, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonání výdělečné činnosti v navštívené zemi.
- v **domácím** cestovním ruchu je návštěvníkem osoba, jež má trvalé bydliště v určité zemi a která cestuje na jiné místo v zemi mimo své trvalé bydliště na dobu kratší než šest měsíců, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.

### *Turista (tourist)*

- v **mezinárodním** cestovním ruchu je za turistu považována osoba, jež cestuje do jiné země, než v níž má své obvyklé bydliště a to na dobu zahrnující alespoň jedno přenocování, ovšem ne delší jednoho roku, přičemž hlavní účel její cesty je jiný, než vykonávání výdělečné činnosti v navštívené zemi
- v **domácím** cestovním ruchu je za turistu považována osoba trvale usídlená v zemi, jež cestuje do jiného místa odlišného od jejího normálního životního prostředí /v téže zemi/, na dobu zahrnující alespoň jedno přenocování, ale ne na dobu delší šesti měsíců, přičemž hlavní účel cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.

**V závislosti na délce pobytu se rozlišují:**

- **turista na dovolené** (holidaymaker) – tj. turista, který setrvává na určitém místě více než určitý počet nocí nebo dnů,
- **krátkodobě pobývajícím turistu** (short-term tourist) – který setrvává na dobu nepřekračující tento limit, ale trávající déle, než 24 hodin a zahrnující pobyt alespoň s jedním přenocováním

### *Výletník (excursionist, sameday visitor) – jednodenní návštěvník*

- v **mezinárodním** cestovním ruchu je výletník osoba, jež cestuje do jiné země než v níž má své trvalé bydliště a normální životní prostředí na dobu kratší, než 24



hodin aniž by v navštívené zemi přenocovala, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštívené zemi.

- v **domácím** cestovním ruchu je výletníkem osoba trvale usídlená v dané zemi, jež cestuje do místa odlišného od místa jejího trvalého bydliště a běžného životního prostředí na dobu kratší 24 hodin, bez toho aby v navštíveném místě přenocovala, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.<sup>8</sup>

OBJEKT CESTOVNÍHO RUCHU (OBJEKT OF TOURISM) je všechno, co se může stát cílem, místem pobytu, účastníka cestovního ruchu. Jde o přírodu, kulturu, hospodářství apod. Objekt cestovního ruchu je tak nositelem nabídky.

Tvoří ho **cílové místo, podniky a instituce cestovního ruchu**. Subjekt cestovního ruchu cestuje do cílového místa pouze tehdy, pokud je zde vhodný ekvivalent na uspokojování jeho potřeb. Jeho součástí jsou služby a zboží vyráběné podniky a institucemi cestovního ruchu v cílovém místě.<sup>9</sup>

Cílovým místem je myšleno centrum cestovního ruchu, region, či stát, které je cestovním cílem. Bývá také označováno pod pojmem destinace.

„**Destinace (destination)** – směřování, cíl turistovy cesty (země, místo)

- distance destination – nejvzdálenější cíl cesty
- main destination – navštívené místo, kde turista pobývá nejdéle
- motivating destination – místo, kterému turista přikládá základní význam<sup>10</sup>

### 3.3 VYBRANÉ FORMY CESTOVNÍHO RUCHU

#### 3.3.1 Lázeňský cestovní ruch

Lázeňský cestovní ruch je forma cestovního ruchu, jež vyžaduje existenci zdravotnických zařízení využívajících přírodních léčivých zdrojů – léčivých zdrojů

---

<sup>8</sup> Malá, V. Cestovní ruch (Vybrané kapitoly)

<sup>9</sup> Hesková, M., et al. Cestovní ruch : pro vyšší odborné školy a vysoké školy

<sup>10</sup> Čech, J. Malá encyklopedie cestovního ruchu, str. 65

vodních, vřídelních plynů a emanací, peloidů a klimatických podmínek – jež působí na lidský organismus svojí teplotou, chemickým složením nebo mechanickým tlakem. Kromě přírodních léčivých zdrojů je však potřeba i existence vhodného estetického přírodního prostředí (parky, parková úprava apod.) a společensko-kulturního života lázeňského místa.<sup>11</sup>

### 3.3.2 Náboženský cestovní ruch

Je spojený s tradicemi světových náboženství. Jako takový je součástí kulturního cestovního ruchu Jeho nejčastějším projevem jsou poutě na poutnická místa. Poutním místem může být město, obec, osada nebo krajinný prvek (Assisi, Fatima, Jeruzalém, Lurdy, Medžugorije, Mekka, Vatikán, svaté hory, svaté řeky apod.). Náboženský cestovní ruch se přímo od kulturního cestovního ruchu liší především náboženskými motivy a odmítáním označování jeho účastníků jako turistů. Poutní aktivita vyvolává potřebu budování přiměřené infrastruktury.

### 3.3.3 Venkovský cestovní ruch

Je souborem činností spojených s cestováním a pobytem lidí ve venkovském prostředí. Obvykle jde o činnost spojenou s návratem k přírodě, s možností ubytování ve vesnických domech a různých ubytovacích zařízeních na venkově. Součástí nabídky bývá i možnost stravování nebo vlastní přípravy stravy a možnost se zapojit do různých činností spojených s pobytem a venkově. Cílem rozvoje cestovního ruchu na venkově je zapojit do poskytování služeb místní obyvatelstvo.<sup>12</sup>

- ***Agroturistika***

Práce zemědělských podniků a agropodnikatelů bývá spojena s rekreačními aktivitami turistů (jízda na koni, na kole, účast na zemědělských a domácích pracích).

---

<sup>11</sup> Oriška, J. Technika služeb cestovního ruchu

<sup>12</sup> Hesková, M., et al. Cestovní ruch : pro vyšší odborné školy a vysoké školy

- ***Ekoturistika***

Ekoturistika souvisí s ekologií. Při pobytu využívají účastníci přírodních zdrojů a kulturních zajímavostí s ohledem na jejich zachování pro další generaci. Je to druh turistiky, při které musí turisté přírodu nejen chránit, ale něco do ní investovat. Nelze jí tedy chápat jen jako pobyt v ekologicky neporušené přírodě (národní parky, chráněná území).

- ***Ekoagroturistika***

Je definována jako kombinace ekoturistiky a agroturistiky. Jde o pobyt na zemědělských usedlostech a farmách, jež se zabývají ekologicky vedeným zemědělstvím, pro účastníky poskytují takto vypěstované potraviny.<sup>13</sup>

### **3.3 MOTIVACE V TURISMU**

#### **3.3.1 Motivace**

Motivací člověka se rozumí soubor činitelů, jež představují vnitřní hnací síly jeho činnosti, které usměrňují lidské jednání a prožívání. Dá se konstatovat, že motivace je nejdůležitějším prvkem zvýšení zájmu o určitou činnost. Jsou různé prostředky, kterými můžeme záměrně působit na zvýšení výkonů jednotlivce nebo skupiny a vyprovokovat zájem. Motivace činnosti zahrnuje větší počet rozmanitých potřeb a motivů, tedy i možnost používat větší počet rozmanitých pobídek, jež mohou tuto motivaci ovlivňovat.

Významným aspektem motivace je **motivační síla**:

- vnitřní motivační síla zahrnuje motivy spjaté přímo s určitou činností, zejména zvědavost, funkční libost (radost z činnosti, líbí se mi to, dělám to rád)
- vnější motivační síla zahrnuje motivy zprostředkované, jako je odměna a trest, pochvala, prestiž, perspektiva dosažení osobní hodnoty (když se ti to podaří, dostaneš...)

---

<sup>13</sup> Francová, E. Cestovní ruch

Rozdíl mezi vnější a vnitřní motivací je relativní. Působí obojí dohromady a obojí můžeme využívat. Podle situace a věku a dalších ukazatelů můžeme zdůrazňovat jedny nebo druhé aspekty motivace.

### **3.3.2 Typy cestování (podle druhu turistické motivace)**

**DOBRODRUŽSTVÍ** – zákazník vyhledávající „tvrdé“ dobrodružství (vysokohorská turistika, pouštní putování). V případě preferování „měkkého“ dobrodružství je napětí a vzrušení kombinované s určitým komfortem. Například výstup na horu s následnou horkou lázní a večeří při svíčkách v hotelu.

**LABUŽNICTVÍ** – tyto klienti upřednostňují oblast luxusního cestování. Mají dostatek peněz a sami chtějí být viděni na vhodných a atraktivních místech. Těmto klientům se v angličtině říkalo „Yppies“ (označení pro mladé, ambiciózní, na kariéru a společenské postavení orientované osoby) anebo „DINKS“ (angl. Dual Income, No Kinds: tedy dvojitý příjem, žádné děti). Tito klienti jsou připraveni dobře platit, ovšem mají vysoké požadavky.

**„SVÁTEČNÍ“** cestování – někteří lidé cestují velice výjimečně, např. při příležitosti olympijských her, velkých cen v automobilových závodech. Bývají to nervózní zákazníci, nejistí, kteří nemají zkušenosti s cestováním a mohou působit velké zmatky.

**TRADIČNÍ** cestování – jsou to klienti hledající klidné, rodinné cesty. Často vybírají velké cestovní společnosti s železniční nebo autokarovou přepravou. Nevadí jim hromadnost, dokonce ji mají rádi. Většinou chtějí, aby o ně bylo organizačně dobře postaráno, protože to bývají lidé starší, někdy i s omezenými příjmy.

**CESTOVÁNÍ s rozpočtem** – jedná se o klienty s omezeným rozpočtem, kteří si hlídají svá vydání, vybírají si podle cen a preferují proto menší pohodlí. Podoby jsou různé – cyklisté projíždějící Evropou, rodiny s karavanem nebo stanem.

SPECIÁLNÍ cestování – někteří klienti mají speciální požadavky vztahující se k jejich práci nebo zájmům. Jsou to např. sběratelé minerálů, zájemci o určitý druh umění jezdící po galeriích, sportovci.<sup>14</sup>

### 3.4 PODMÍNKY A PŘEDPOKLADY ROZVOJE CR

#### 3.4.1 Základní podmínky rozvoje cestovního ruchu

Existenci, rozvoj, směr růstu, fungování nebo stagnaci cestovního ruchu ovlivňuje dodržení těchto podmínek:

##### *Ekonomické*

- rozvoj výrobních sil, životní úroveň, výše příjmů, úroveň cen, fond volného času

##### *Politické a bezpečnostní*

- mírové podmínky života, bez válek a konfliktů, absence hrozby terorismu, bezpečí

##### *Ekologické*

- příznivé přírodní a životní prostředí, čisté ovzduší, příznivé klima
- atraktivní rekreační prostor, přírodní krásy

##### *Demografické*

- stav a složení obyvatelstva, věkové a rodinné složení

##### *Personální zabezpečení*

- dostatečný počet personálu s odpovídající kvalifikací

##### *Organizační*

- infrastruktura, ubytovací kapacity, stravovací zařízení, doprava, sportovně-rekreační zařízení
- cestovní kanceláře, obchody, směnárny, půjčovny, ostatní nezbytné služby, komunikace

##### *Administrativní*

- víza, pasy, proclení, výměna peněz

##### *Zdravotní a bezpečnosti*

---

<sup>14</sup> Fišerová, M. Volný čas a jeho animace v cestovním ruchu

- absence hrozby nákazy, dodržení hygienických podmínek <sup>15</sup>

### 3.4.2 Činitele rozvoje a rozmístění cestovního ruchu

Činitele cestovního ruchu se z ekonomického i geografického hlediska dělí na:

1. činitele, jež stimulují vznik cestovního ruchu ve funkci poptávky a klasifikují se jako **selektivní (stimulační) faktory**,
2. činitele, jež vytvářejí možnosti pro lokalizaci cestovního ruchu ve vztahu nabídky teritoria a klasifikují se jako **lokalizační podmínky**,
3. činitele, jež umožňují faktickou realizaci cestovního ruchu a klasifikují se jako **realizační podmínky**.

Jejich společným jmenovatelem je to, že se projevují vždy v prostorovém, územním uspořádání.

#### 3.4.2.1 Selektivní faktory

Přestože se tyto faktory cestovního ruchu projevují geograficky, tj. v územním uspořádání, mají primární postavení především v jeho rozvoji. Pouze jejich prostřednictvím se mohou využít podmínky (předpoklady) pro cestovní ruch v konkrétních oblastech. Představují vesměs společenské reality a dělí se na:

- **objektivní faktory** - základní politické reality světového i místního významu, vnitropolitická situace odvozená z politické struktury, ekonomické předpoklady, demografické skutečnosti ve spojení s novodobou urbanizací, kvalita životního prostředí v oblastech koncentrace moderní hospodářské aktivity;
- **subjektivní faktory** – patří mezi ně řada psychologických pohnutek, jimiž je ovlivňováno rozhodování obyvatel k účasti na cestovním ruchu a jeho směřování. Významnou roli hraje má reklama a propagace, jež mají vliv na vytváření modérnosti a módnosti určitých středisek a oblastí. Tyto skutečnosti mohou

---

<sup>15</sup> Francová, E. Cestovní ruch

v poměrně krátkém čase zvýšit příliv návštěvníků a postupně vyvolat značné změny v rozmístění mezinárodního cestovního ruchu v širších oblastech.

#### **3.4.2.2 Lokalizační podmínky**

Lokalizační podmínky mají ve vztahu k rozvoji cestovního ruchu druhotný význam. Avšak rozhodující postavení zaujímají při konkrétní lokalizaci (umístění) jeho realizace, bez ohledu na to, zda jsou charakteru přírodního či společenského. Rozhodují o funkčním využití konkrétní oblasti (střediska) cestovním ruchem z hlediska přírodních možností a charakteru i kvality společenských podmínek či atraktivit. V souhrnu tvoří jakousi „fyzickou“ a objektivní základnu pro uspokojování poptávky a základní schéma pro územní uspořádání realizace cestovního ruchu ve vnitrostátním i mezinárodním měřítku. V zásadě však poskytují pouze určité možnosti (předpoklady); o jejich využití z hlediska cestovního ruchu však rozhodují selektivní faktory a realizační podmínky.

- Přírodní podmínky a atraktivita
- Klimatické poměry
- Hydrologické poměry
- Reliéf a morfologické poměry
- Rostlinstvo a živočišstvo
- Společenské podmínky a atraktivita
  - Kulturně historické památky
  - Kulturní zařízení, kulturní a jiné akce
  - Sportovní a zábavní zařízení a akce

#### **3.4.2.3 Realizační podmínky**

Realizační podmínky mají hlavní postavení pro konečnou fázi uskutečnění různých forem cestovního ruchu. Z geografického hlediska umožňují oblasti (střediska) cestovního ruchu dosáhnout (pomocí dopravy) a využít (prostřednictvím ubytování, stravovacích a jiných zařízení). Vytvářejí základní předpoklady, bez kterých nelze cestovní ruch efektivně realizovat. Svou kapacitou (objemem) tvoří „nabídkový strop“

pro využití možností lokalizačních (přírodních a společenských) podmínek. Služby, jež poskytují přímo cestovnímu ruchu, tvoří jen část z jejich souhrnné kapacity.<sup>16</sup>

#### *Doprava*

- je jedním ze základních předpokladů rozvoje cestovního ruchu. Překlenuje nejenom prostorové, ale i časové rozdíly mezi místem trvalého bydliště a místem cestovního ruchu, přivádí účastníka cestovního ruchu k objektům a zařízením cestovního ruchu a vytváří tak možnosti spotřeby v cestovním ruchu.

#### *Ubytovací a stravovací zařízení*

- poskytování ubytovacích služeb je významným předpokladem rozvoje cestovního ruchu. Jejich úkolem je umožnit účastníkům cestovního ruchu přenocování nebo přechodné ubytování mimo místa jejich trvalého bydliště, včetně uspokojení dalších potřeb, které s přenocování, nebo přechodným ubytováním souvisejí.
- podmínkou rozvoje cestovního ruchu je také poskytování stravovacích služeb, jež zabezpečují uspokojování základních potřeb výživy účastníků cestovního ruchu během jejich přepravy i pobytu v cílovém městě.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Hrala, V. Geografie cestovního ruchu

<sup>17</sup> Oriška, J. Technika služeb cestovního ruchu



## 4. CHARAKTERISTIKA ÚZEMÍ

### 4.1 ADMINISTRATIVNÍ VYMEZENÍ OBLASTI

Frýdlantsko, nejsevernější část České republiky, patří k hraničním regionům. Správním rozdělením je vymezeno obvodem obce s rozšířenou působností Frýdlant. Ze západu, severu a východu hraničí s Polskem a na jihu jsou jeho sousedy správní obvody obcí s rozšířenou působností Liberec, Jablonec nad Nisou a Tanvald.

*Obr. 4.1 Kraje ČR*



*Obr. 4.2 Frýdlantsko*



Na Frýdlantsku je v současnosti 18 obcí, které dříve patřily do okresu Frýdlant, po jeho zrušení v roce 1960 byly zařazeny do okresu Liberec. K mnoha obcím byly připojeny dříve samostatné osady. Největší město – Frýdlant - má přibližně sedm a půl tisíc obyvatel.<sup>18</sup>

- Bílý Potok
- Bulovka
- Černousy
- Dětřichov
- Dolní Řasnice
- Frýdlant
- Habartice

---

<sup>18</sup> [www.mesto-frydlant.cz](http://www.mesto-frydlant.cz)

- Hejnice
- Heřmanice
- Horní Řasnice
- Jindřichovice pod Smrkem
- Krásný Les
- Kunratice
- Lázně Libverda
- Nové Město pod Smrkem
- Pertoltice
- Raspenava
- Višňová <sup>19</sup>

Bohužel tím, že se Frýdlantsko nachází poněkud dále od centrální části Čech, leží stranou turistického zájmu. Přesto má tento kraj návštěvníkům co nabídnout.

## 4.2 FYZICKO-GEOGRAFICKÁ CHARAKTERISTIKA REGIONU

Frýdlantsko je vymezeno jak správním rozdělením, tak krajinným charakterem. Od zbytku libereckého kraje oddělují frýdlantský výběžek Jizerské hory, které zasahují do jižních oblastí Frýdlantska.

**Horopisně** náleží téměř celé území Frýdlantské pahorkatině, celku Krkonoško-jesenické soustavy. Jejím celkem jsou i Jizerské hory, jež sem zasahují svými okraji – hraničním Vysokým hřebenem a částmi Hejnického a Oldřichovského hřebene. Nejvyšším bodem je Smrk (1124 m), nejvyšší hora jizerskohorského Vysokého hřebene i celé české části Jizerských hor.

Z pohledu **vodopisu** je rozhodujícím tokem říčka Smědá, jež vzniká z několika zdrojnic v rašeliništích okolo Smědavy. Zvláštní roli zde hraje Kočičí potok, jenž od Bulovky po Habartice tvoří v délce, mnoha kilometrů státní hranici s Polskem.

---

<sup>19</sup> <http://www.frydlantsko.cz/>

Vodních nádrží je málo a jsou jen menších rozměrů. Za zmínku stojí Šolcův rybník nad Raspenavou na úpatí Jizerských hor, rybník Petr na přítoku Pekelského potoka u osady Peklo, malá údolní nádrž na Smědě pod Hartou a rybník Dubák (největší na Frýdlantsku, 12 ha) na přítoku Smědě u Černous.<sup>20</sup>

7. srpna 2010 Frýdlantsko zasáhla ničivá **blesková povodeň**. Voda začala velmi rychle stoupat a během pár hodin bylo vše pod vodou. Na některých místech stoupla hladina až o 5 metrů. Z ulic se staly dravé řeky, voda se objevovala tam, kde ji nikdo nečekal. Bohužel byly i oběti na životech. Škody na majetku, dopravní síti a infrastruktuře byly obrovské. Opravy po povodních stále probíhají a potrvá ještě pár let, než bude vše obnoveno. Ovšem díky této nešťastné události, je do regionu posíláno množství peněz na jeho obnovu a především stav dopravních sítí a infrastruktury bude na mnohem vyšší úrovni než doposud.

**Flóra a fauna** je vcelku běžná a není příliš odlišná od ostatních oblastí. Původní rozlehlé a po staletí zdravé lesy však utrpěly vážné škody, o něž se „zasloužily“ především tepelná elektrárna a hnědouhelné doly těsně za našimi hranicemi u polské Bogatyni. Po roce 1989 se situace poněkud zlepšila a do kraje se postupně vrátily i některé dlouho neviděné druhy rostlin a živočichů.<sup>21</sup>

*Obr. 4.3 Jizerské hory zničené  
kyselým deštěm*



*Obr. 4.4 Obnovující se Jizerské hory*



---

<sup>20</sup> David, P. Průvodce po Čechách, Moravě a Slezsku

<sup>21</sup> David, P. Průvodce po Čechách, Moravě a Slezsku

## 4.3 PŘÍRODNÍ ZAJÍMAVOSTI

### 4.3.1 Chráněná území

CHKO Jizerské hory jsou chráněnou krajinnou oblastí od roku 1967. Celá oblast se rozkládá na ploše 38 000 hektarů. V chráněné oblasti se nachází přes 20 chráněných území – přírodních rezervací, nalezišť, přírodních památek a studijních ploch (např.: Přírodní rezervace Prales Jizera, Přírodní rezervace Meandry Smědé, Pralesní porosty Poledník) Chráněna jsou především území s výskytem vzácných rostlin, rozsáhlá rašeliniště a původní bukové porosty.<sup>22</sup>

### 4.3.2. Vyhlídky, skalní města a útvary

Celý jizerskohorský hřeben je poset řadou skalních vyhlídek a útvarů, z nichž je nádherný výhled do krajiny. Za pěkného počasí se dá přehlédnout celé Frýdlantsko, polská strana Jizerských hor a část Krkonoš. Ve skalách jsou většinou vysekané schody a je připevněno zábradlí, které činí výstup poměrně bezpečným.<sup>23</sup>

*Obr. 4.5 Skalní vyhlídka Paličník*



*Obr. 4.6 Skalní vyhlídka Ořešník*



---

<sup>22</sup> [www.ekovychovalk.cz](http://www.ekovychovalk.cz)

<sup>23</sup> Řeháček, M. Daleké obzory : jizerskohorské skalní vyhlídky

## 4.4 PAMÁTKY FRÝDLANTSKA

### 4.4.1 Církevní památky

#### Bazilika Navštívení Panny Marie a bývalý františkánský klášter

Hejnický chrám je jednou z nejvýznamnějších církevních památek a řadí se mezi nejstarší poutní místa Evropy. Původně zde ve 14. století stál malý dřevěný kostelík, který byl postupně rozšiřován do dnešní barokní podoby z 18. st.



*Obr. 4.7 Hejnický klášter*

### 4.4.2 Hrady a zámky

#### Hrad a zámek Frýdlant

K původnímu gotickému hradu ze 12. st. byl přistavěn rozlehlý renesanční zámek s bohatou výzdobou. Naleznete zde rozsáhlé sbírky nesmírné historické a umělecké ceny. Frýdlant vlastní jednu z největších sbírek zbraní z období třicetileté války. Hrad ročně navštíví přibližně 50 000 návštěvníků, z toho třetinu tvoří zahraniční turisté.



*Obr. 4.8 Hrad a zámek Frýdlant*

### 4.4.3 Lázně

#### Lázně Libverda

Zakladatelem dnešních lázní byl Kristián Filip hrabě Clam-Gallas, který nechal v pol. 18. st. vystavět současný lázeňský areál s menším panským sídlem. Díky velkému věhlasu navštívila Libverdu během 19. st. řada významných osobností politického a kulturního světa. Vydávají zde minerální prameny alkalicko-zemité a arzeno-železité kyselky s bohatým obsahem kyslíčnicku uhličitého. V současnosti lázně nabízejí široké spektrum léčebných a wellness procedur.



*Obr. 4.9 Lázně Libverda*



### 4.4.3 Lidová architektura

#### Frýdlantské jesličky

V jedné z nejstarších budov ve Frýdlantu je umístěn pohyblivý betlém. Stavba jesliček trvala déle než 60 let. Zpočátku byly nepohyblivé, teprve v následujících letech byl vestavěn hodinový stroj, který pohybuje přes sto figur lidí a zvířat.

#### Kovárna Ondřeje Stelziga

Jednou z nejslavnějších budov Dolní Řasnice je kovárna Ondřeje Stelziga. Osudy tohoto kováře, který vedl selský odbor proti frýdlantské šlechtě, zpracoval v díle *Železná koruna* spisovatel Václav Kaplický.<sup>24</sup>

#### Žijící skanzen Jindřichovice pod Smrkem

V areálu Žijícího skanzenu naleznete muzeum života venkovského obyvatelstva před průmyslovou revolucí, různé stavby lidové architektury, větrný mlýn. V areálu je také možnost navštívit některý z kurzů tradičních dovedností.<sup>25</sup>

### 4.4.4 Různé historické a technické památky

#### Klingerovo Mauzoleum

Majestátní Klingerova stavba z roku 1912 se nachází na hřbitově Nového města pod Smrkem. Monument postavený podle italských vzorů, je na seznamu kulturních památek.



*Obr. 4.10 Klingerovo mauzoleum*

*Obr. 4.11 Obří sud*



#### Obří sud

Ojedinělá výletní restaurace v dřevěném sudu o objem 10 000 hl. K sudu byla později přistavěna další budova. Stavba pochází z roku 1931, vejde se do ní 160 lidí.

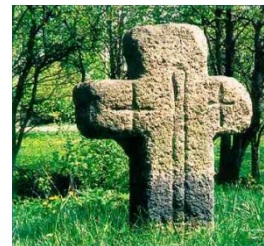
<sup>24</sup> Šternová, P. Soupis nemovitých kulturních památek v Libereckém kraji : okres Liberec

<sup>25</sup> [www.lunaria-jindrichovice.cz](http://www.lunaria-jindrichovice.cz)

## Smírčí kříže

Kříže z pískovce, ze dřeva nebo vytesané do skály, se nacházejí po celém Frýdlantsku a Jizerských horách.<sup>26</sup>

Obr. 4.12 Smírčí kříž



## 4.5 TURISTIKA NA FRÝDLANTSKU

### 4.5.1 Pěší turistika

Jizerské hory jsou protkány kilometry pěších stezek. Většina z nich vede po kvalitních silnicích využívaných především lesníky, ostatní udržované stezky vedou po lesních cestách nebo pěšinách. Všechny trasy jsou viditelně značené. Většina stezek směřuje k nějakému atraktivnímu cíli, jako jsou rozhledny, horské chaty, vyhlídky, skalní útvary nebo vodopády (např.: Z Hejnic po nové poutní stezce přes Tetřeví boudy, Turistická trasa vrcholová rašeliniště a jezírka). V regionu se také nachází mnoho naučných stezek (např.: naučná stezka Oldřichovské háje a skály). Další kilometry silnic vedou po vrstevnicích a spojují tak jednotlivé atraktivity.

### 4.5.2 Cykloturistika

Díky zainteresovanosti libereckého kraje na rozvoji cestovního ruchu na Liberecku je Frýdlantský region doslova zahlcen cyklotrasami. Tento rozvoj je podporován fondy Evropské unie. Cyklotrasy vedou z větší části mezi městy regionu a zasahují nejen do Jizerských hor, ale i do polské části Euroregionu Nisa. Liberecký kraj vydává i velmi užitečné letáčky k jednotlivým oficiálním trasám. Trasy jsou poměrně náročné a to nejen kvůli své délce, ale hlavně kvůli převýšení, jehož dosahují.

Ojedinělý v České republice je **Singltrek pod Smrkem**. Singltrek jsou úzké přírodní stezky projektované a budované dle speciální metodiky, díky které se singltrek stává uceleným produktem pro rekreaci v přírodě. V současné době je k dispozici první etapa sítě stezek - okruh propojující Lázně Libverda a Nové Město pod Smrkem. Okruh

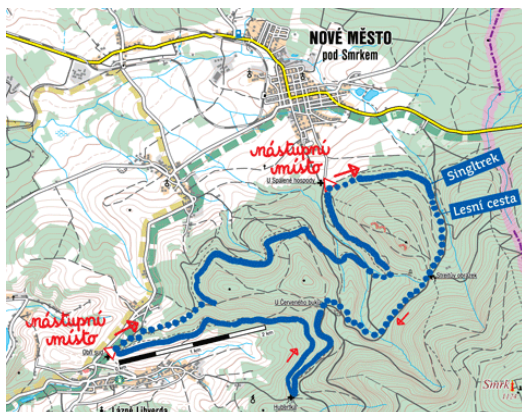
---

<sup>26</sup> Anděl, R. Frýdlantsko: Minulost a současnost kraje na úpatí Jizerských hor

má délku 18 km, z čehož je 12 km singltrekových stezek a 6 kilometrů vede po stávajících lesních dopravních cestách.

Singltrek pod Smrkem zvítězil v soutěži nejlepších turistických nabídek Ceny Kudy z nudy 2010 pořádané agenturou **CzechTourism** v regionu Českolipsko a Jizerské hory a v rámci celé České republiky se umístil na 9. místě.<sup>27</sup>

*Obr. 4.13 Mapa Singltreku*



*Obr. 4.14 Singltrek*



Návštěvníci mají v regionu k dispozici také cyklobus, který zavedlo ČSAD. Autobus jezdí o víkendech a svátcích na trati Frýdlant - Hejnice - Bílý Potok - Smědava. Cestující s jízdními koly mají k dispozici vlek pro cca 30 kol.

### 4.5.3 Zimní turistika

V zimě jsou v Jizerských horách využívány především běžkařské tratě. Většina majitelů běžek zná pojem Jizerská magistrála, neboť to je jedna z nejdéle provozovaných sítí běžeckých tras v českých horách. Ve Frýdlantském regionu je nástupní místo Nové Město pod Smrkem. Mimo těchto tradičních disciplín skýtají Jizerské hory i mnoho příležitostí pro ostatní zimní sporty. V zimě funguje pro lyžaře pravidelná víkendová linka Frýdlant - Hejnice - Bílý Potok – Smědava.<sup>28</sup>

<sup>27</sup> [www.singltrekpodsmrkem.cz](http://www.singltrekpodsmrkem.cz)

<sup>28</sup> [www.jizerske-hory-ubytovani.eu](http://www.jizerske-hory-ubytovani.eu)



## 4.6 TURISTICKÁ INTRASTRUKTURA

### 4.6.1 Ubytovací zařízení

Ubytovacích zařízení je na Frýdlantsku přehršel. Od hotelů, motelů, přes penziony, priváty, horské chaty a chalupy. Ovšem kvalita je většinou dost nízká. V některých ubytovacích zařízeních se čas zastavil v osmdesátých letech. Jen málo hotelů má poměrně slušnou kvalitu (hotel Zámeček a nově vystavěný hotel Zvon v Raspenavě). Horské chaty a chalupy mají v rámci svých možností poměrně slušnou kvalitu a ubytovací kapacita je zde poměrně velká.

Město Frýdlant má k dispozici nejmenší počet lůžek. Pokud nepočítáme školní ubytovnu, má toto osmitisícové město kapacitu pouhých 56 lůžek. V porovnání s tímto, mají o polovinu menší města – Raspenava a Hejnice, každé přibližně 100 lůžek. Nejlépe je na tom samozřejmě lázeňské město Lázně Libverda, kde kapacita lůžek dosahuje téměř 700.<sup>29</sup>

### 4.6.2 Restaurační zařízení

Restauračních zařízení je na Frýdlantsku poměrně málo, což ovšem odpovídá velikosti regionu a počtu obyvatel. Slušné restaurace se dají najít především ve větších městech, ty lepší jsou součástí hotelů. Zbytek městských stravovacích zařízení tvoří především vietnamské stánky a restaurace. Ve vesnicích bývají pouze hospody se standardním výběrem pokrmů. V horských oblastech se dá poměrně dobře najíst v horských chatách, jež jsou otevřeny sezónně.

### 4.6.3 Dopravní infrastruktura

Všechny tři přístupové **silnice** do frýdlantského regionu vedou přes Jizerské hory. Nejjižnější cestou je hlavní spoj Liberec – Frýdlant kde je nejvyšším bodem Albrechtické sedlo s 534 m n. m. O něco západněji se nachází Oldřichovské sedlo s nadmořskou výškou 478 m na silnici Liberec – Raspenava. Třetí silnice je otevřená pouze v letním období a spojuje Tanvald s Bílým potokem. Silnice stoupá až do výšky

---

<sup>29</sup> [www.mesto-frydlant.cz](http://www.mesto-frydlant.cz)

887 m n. m. Frýdlantskem prochází silniční průtah z Liberce do sousedního Polska. **Autobusových spojů** jede na trati Liberec – Frýdlant ve všední den jen deset a o víkendu pouhé čtyři (počítáno z jednoho směru).<sup>30</sup>

Na Frýdlantsko vede jediná **železniční trať** a to z Liberce do Raspenavy, kde se větví do dvou směrů, směrem k Frýdlantu a Černousům a směrem k Bílému Potoku. Četnost vlakových spojení je mnohem větší, než četnost autobusových. Ve všední den na trase Liberec – Frýdlant jede 22 spojů. Vlak jezdí téměř každou hodinu a v dopravní špičce i každou půl hodinu. O víkendu jede 13 spojů (počítáno z jednoho směru).<sup>31</sup>

#### **4.6.4 Kulturně společenské akce**

Na Frýdlantsku probíhají většinou stejné kulturní akce jako v jiných menších městech a obcích. Turnaje místních hasičů, jarní Pálení čarodějnic, různé pochody, karnevaly a tradiční Hejnická pouť, kterou každoročně navštíví velké množství návštěvníků. Ale probíhají zde i velmi ojedinělé akce:

##### **Letní jazzová dílna**

Letní jazzová dílna Karla Velebného je týdenní interpretační seminář, který byl založen v roce 1984. Koná se ve Frýdlantu v Čechách za účasti předních českých jazzových sólistů a zahraničních lektorů.<sup>32</sup>

##### **Pětidenní řezbářské sympozium**

Na řezbářské sympozium do Raspenavy se sjíždějí umělci z celé republiky, i ze zahraničí. Každoročně přijíždí nejen řezbáři, ale i umělci z řad malířů, sochařů a keramiků.

---

<sup>30</sup> [www.hermanice.com](http://www.hermanice.com)

<sup>31</sup> [www.idos.cz](http://www.idos.cz)

<sup>32</sup> [www.ljdfrydlant.cz](http://www.ljdfrydlant.cz)

## Valdštejnské slavnosti

Valdštejnské slavnosti jsou jedny z největších historických slavností svého druhu v České republice. Odehrávají se ve Frýdlantu a to nejen na náměstí ale téměř v každé ulici města, na hradu a zámku Frýdlant a na přilehlých loukách. Jsou spojené s příjezdem Valdštejna, historickou bitvou v dobových krojích z 16. a 17. st., s vystoupením kejklířů, šermířů, dobovými tanci, večerním ohňostrojem a pochodem. Součástí je také historická tržnice s ukázkami tradičních řemesel.<sup>33</sup>

*Obr. 4.15 Valdštejnské slavnosti*



*Obr. 4.16 Valdštejnské slavnosti*



### 4.6.5 Informační služby

Na Frýdlantsku se nacházejí tři informační centra a to ve třech turisticky nejnavštěvovanějších městech. Nejmenší z center se nachází v Hejnicích a je provozováno soukromě. Druhé, větší centrum sídlí na frýdlantské radnici. Toto IC má pouze dva zaměstnance a novinky zprostředkovává pomocí stránek města. Největší informační centrum je v Lázních Libverda.

---

<sup>33</sup> [www.valdstejnske-slavnosti.cz](http://www.valdstejnske-slavnosti.cz)

## 5. VLASTNÍ ZJIŠTĚNÍ

### 5.1 PROPAGACE

Jedním z hlavních cílů mé práce bylo zjistit, jakou formou a v jaké intenzitě je region propagován. Obeslala jsem tedy se žádostí o dané informace jednotlivá informační centra a městské úřady a sešla jsem se s vedoucím odboru kultury na frýdlantském městském úřadě, jež je správním centrem Frýdlantska.

#### 5.1.1 Informační centra

Největší informační centrum v regionu – informační centrum v Lázních Libverda, úzce spolupracuje s frýdlantským IC a zasluhuje se o propagaci Frýdlantska jak ve vlastním regionu, tak na různých veletrzích, kterých se pravidelně zúčastňuje. Informační centra na Frýdlantsku také spolupracují s informačními centry z tzv. trojmezí, především s centry v Bogatyni a v Žitavě.

#### 5.1.2 Města

U měst, jež mají informační centrum, se o propagaci, rozdávání letáčků apod. stará IC. U ostatních měst jsou jejich vlastní materiály dostupné jak na IC, tak na městském úřadě. Zde jsou k dostání skládačky, letáčky, brožurky, za úplaty různé publikace, dřevěné turistické známky a turistické vizitky. Některá města jsou také prezentována na různých informačních serverech. Města a obce regionu Frýdlantsko jsou členy různých organizací a sdružení, jež jim zajišťují především evropské finanční zdroje jak na propagaci regionu, tak na jeho obnovu a rozvoj.

Na velmi vysoké úrovni je propagace Lázní Libverda a.s. Lázeňský komplex tak propaguje nejen město, ale i okolní památky, zajímavosti a přírodu. Nabídka jejich produktů je na všech nejznámějších serverech zabývajících se lázeňskými pobyty. Jejich propagační materiály jsou k dostání na mnoha místech, na hlavních přístupových cestách do regionu jsou velké billboardy, které jsou dokonce napsány trojjazyčně; vysokou kvalitu má také webová prezentace. Dozvíte se v ní prakticky vše. Je zde i mnoho fotografií a videoupoutávek.

### 5.1.3 Organizace a sdružení

#### Mikroregion Frýdlantsko

Dobrovolný svazek obcí mikroregionu Frýdlantsko je financován především na základě příspěvků jednotlivých členů. Každé město platí 1x ročně poplatek 11 Kč/obyvatele. Tyto peníze jsou potom přerozdělovány na různé projekty a výstavby, jež napomáhají propagaci, obnově a rozvoji regionu Frýdlantsko.<sup>34</sup>

#### Místní akční skupina regionu Frýdlantsko

Místní akční skupina regionu Frýdlantsko, neboli MASiF, sdružuje všech 18 měst a obcí Dobrovolného svazku obcí mikroregionu Frýdlantsko. Rozvojová strategie MASiF je zaměřena na posílení místního ekonomického prostředí a zhodnocení místní produkce. MASiF realizuje Strategický plán Leader. Ve výzvách vyhlašovaných 3x ročně tak umožňuje financování projektů na Frýdlantsku ze IV. osy Programu rozvoje venkova. V roce 2010 inicioval MASiF vznik značky

**Regionální produkt - Jizerské hory**, která je určena výrobcům a řemeslníkům z celé oblasti Jizerských hor.<sup>35</sup>



## 5.2 SPOLUPRÁCE

*Obr. 4.17 Regionální produkt*

Dalším cílem bakalářské práce bylo zjistit, jak spolupracují jednotlivé organizace, region, ubytovací a restaurační zařízení a určité turistické atraktivity. Na byrokratické úrovni je spolupráce výborná. Především z toho důvodu, že většina členů těchto organizací je zaměstnána na městských úřadech. Na úrovni ubytování a stravování je spolupráce celkem dobrá, protože většina restaurací je součástí hotelů či penzionů (nepočítám vietnamská restaurační zařízení). Ovšem spolupráce mezi různými atraktivitami - kulturní akce, hrad a zámek Frýdlant; a ubytovacími a stravovacími zařízeními je naprosto mizivá. Objevují se sice světlé výjimky, ale většinou jsou provozovatelé poměrně neochotní nabídnout službu někoho jiného. Toto vše ukazuje na naprosto nedostatečnou úroveň managementu cestovního ruchu na Frýdlantsku.

---

<sup>34</sup> [www.frydlantsko.cz](http://www.frydlantsko.cz)

<sup>35</sup> [www.masif.cz](http://www.masif.cz)

## 5.3 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

### 5.2.1 Cíl výzkumu

Cílem mého dotazníkového šetření bylo především zjistit, jak jsou místní obyvatelé spokojeni s infrastrukturou regionu Frýdlantsko, jež se týká cestovního ruchu. Dalším záměrem bylo zjistit, jak je na tom region a jeho atraktivita s propagací. Nakonec jsem posuzovala odlišnosti názorů mezi obyvateli regionu Frýdlantsko a obyvateli ostatních regionů Libereckého kraje, kteří mi dotazník vyplňovali.

### 5.2.2 Sběr informací

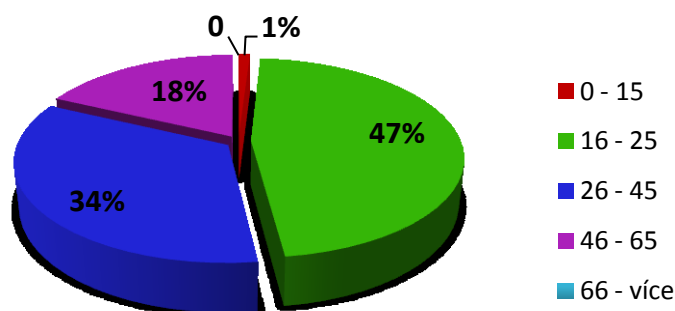
Pro sběr relevantních informací, které jsem potřebovala pro svůj výzkum, jsem sestavila dotazník s deseti otázkami. Zkoumala jsem především rozdíl v návštěvnosti nejznámějších lokalit, jejich propagaci a spokojenost s turistickou infrastrukturou na Frýdlantsku. Jako svůj reprezentativní vzorek jsem si zvolila 100 obyvatel Libereckého kraje a snažila jsem se, aby přibližně polovina dotazovaných pocházela přímo z regionu Frýdlantsko a aby zastoupení žen a mužů bylo přibližně vyrovnané.

### 5.2.3 Výsledky dotazníkového šetření

#### Otázka č. 1 - Věk

První otázkou jsem zjišťovala věkové složení respondentů. Většina dotazovaných (47%) se pohybuje ve věku 16 – 25 let. Druhá největší skupina respondentů (34%) je ve věku 26 – 45 let. V průzkumu neodpovídal nikdo ve věku 66 a více.

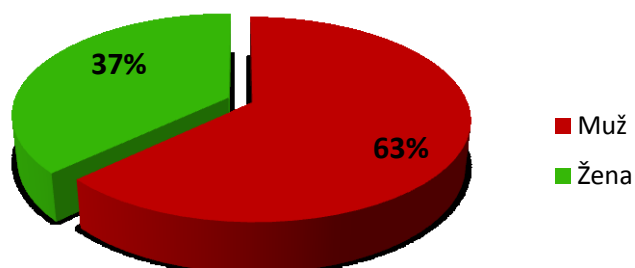
Graf 5.1



### Otázka č. 2 - Pohlaví

Touto otázkou jsem pokračovala ve zjišťování sociodemografických faktorů, jež jsou nezbytné k zjištění skladby zkoumaného vzorku obyvatel. V respondentech výrazně převažují muži (63%) nad ženami (37%).

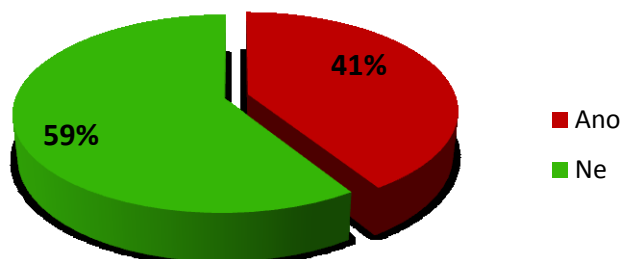
Graf 5.2



### Otázka č. 3 - Žijete ve frýdlantském regionu?

Otázka týkající se místa pobytu byla nezbytná k vysvětlení následujících odpovědí respondentů, jež se některé diametrálně liší podle toho, zda dotazovaný pochází, či nepochází z regionu Frýdlantsko. 41% dotazovaných z regionu pochází, 59% dotazovaných nepochází přímo z regionu, ale žije v Libereckém kraji.

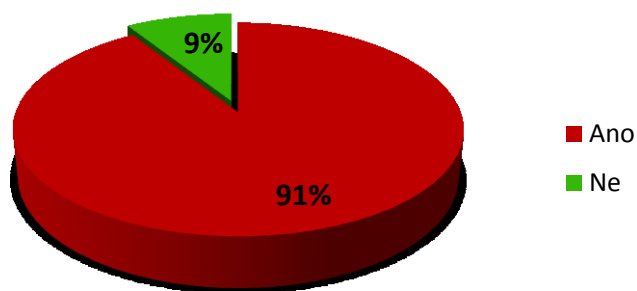
Graf 5.3



### Otázka č. 4 - Navštívil/a jste někdy hrad a zámek Frýdlant?

Tuto otázku jsem položila proto, abych mohla srovnat návštěvnost nejznámější historické atraktivity Frýdlantska s návštěvností nejznámější přírodní atraktivity, na kterou se ptám v následující otázce. Hrad a zámek Frýdlant navštívilo 91% dotazovaných. Ti, kteří ho zatím nenavštívili (9%), nepocházejí z regionu Frýdlantsko.

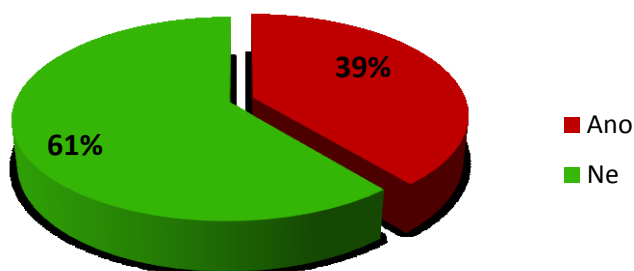
Graf 5.4



**Otázka č. 5 - Byl/a jste někdy na skalní vyhlídce Paličnick?**

Zatímco nejznámější historickou památku navštívilo 91% dotazovaných, nejznámější přírodní památku pouze 39% respondentů. Z průzkumu ovšem vyplývá, že z 61% respondentů, kteří tuto lokaci nenavštívili, celých 48% nepochází z regionu Frýdlantsko. Místní lidé tudíž atraktivity tohoto druhu znají a navštěvují je. Většina ostatních ani netušila, že tato vyhlídka existuje.

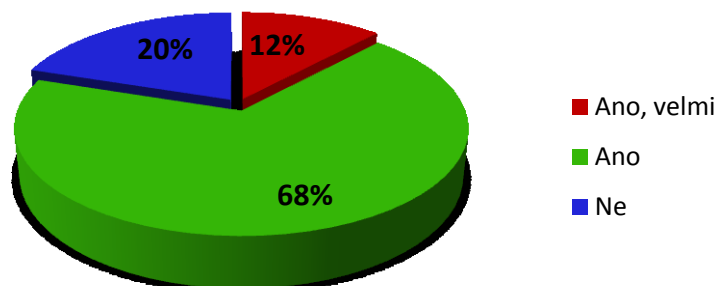
Graf 5.5



**Otázka č. 6 - Jste spokojen/a se stavem a značením pěších a cyklistických tras na Frýdlantsku?**

Položením této otázky jsem se pokusila zjistit, co si o stavu a značení pěších a cyklistických stezek myslí místní obyvatelé, kteří krajinu znají nejlépe, a naopak obyvatelé Libereckého kraje, kteří by se někteří dali již považovat za turisty. Se stavem je velmi spokojeno 12% dotazovaných a spokojeno 68%. Nespokojených je 20% dotazovaných.

Graf 5.6

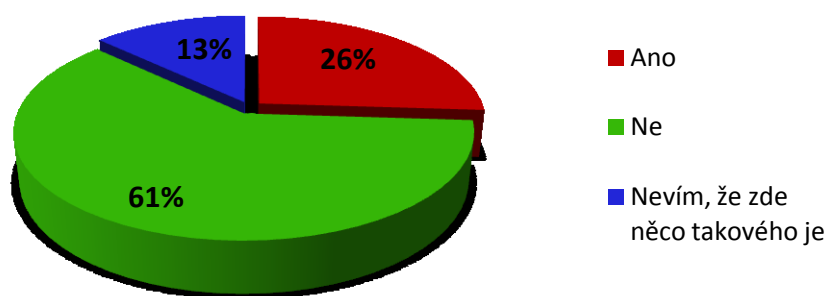




**Otázka č. 7 - Využil/a jste někdy služeb informačního centra ve Frýdlantu nebo v Lázních Libverda?**

Otázku jsem položila proto, abych zjistila, zda jsou informační centra ve Frýdlantu a v Lázních Libverda často využívána. Odpověď ovšem velmi zkresluje to, že z větší části odpovídalo místní obyvatelstvo, které většinou nemá potřebu se chodit informovat o svém městě a jeho okolí. Služeb těchto center tedy využilo 26% respondentů, překvapivě z toho bylo celých 12% místních obyvatel. Dalších 61% procent služeb nevyužilo a 13% procent ani netuší, že zde tato centra jsou. Velice překvapivé ovšem bylo, že to netuší celých 6% místních obyvatel.

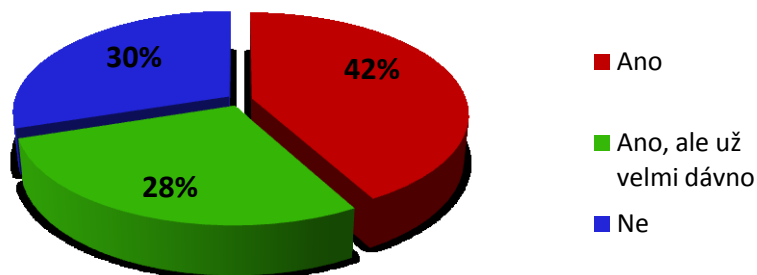
*Graf 5.7*



**Otázka č. 8 - Dostaly se k Vám někdy propagační materiály nějaké atraktivity na Frýdlantsku?**

Touto otázkou jsem zjišťovala, v jaké míře jsou propagovány atraktivity na Frýdlantsku. Odpovědi místních a mimo regionálních byly téměř shodné. 42% dotazovaných se dostalo k propagačním materiálům nějaké atraktivity, dalších 28% také, ale už velmi dávno. Celých 30% nevidělo žádné propagační materiály vůbec. To, že téměř 60% respondentů materiály vidělo dávno, nebo vůbec, není dobré zjištění, dá se to ovšem opět vysvětlit tím, že se jedná o místní obyvatele, a propagace bývá většinou zaměřená na turisty z jiných krajů nebo států.

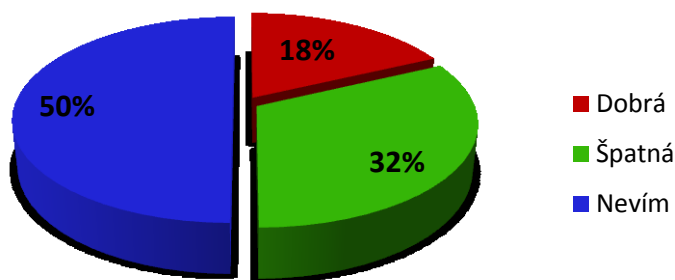
*Graf 5.8*



### Otázka č. 9 - Co si myslíte o kvalitě restauračních zařízení na Frýdlantsku?

Odpovědi na tuto otázku jsou velmi zkreslené a to z toho důvodu, že na Frýdlantsku je čím dál tím méně restaurací, které vlastní čeští majitelé. Čím dál více se zde totiž objevují vietnamské herny, bary a fast foody, které jsou důvodem krachu českých podnikatelů. Proto celých 50% dotazovaných odpovědělo, že neví, protože ačkoliv může mít klasická restaurace vysokou kvalitu, v konečném sledu na počet převažují restaurační zařízení vietnamských majitelů. To je také jedním z důvodů, proč celých 32% respondentů považuje restaurační zařízení za nekvalitní, přičemž 27% z toho tvoří místní obyvatelstvo. Jako dobrou kvalitu hodnotí 18% respondentů, kteří většinou nepocházející z Frýdlantska a nejsou tudíž tak obeznámeni s touto problematikou.

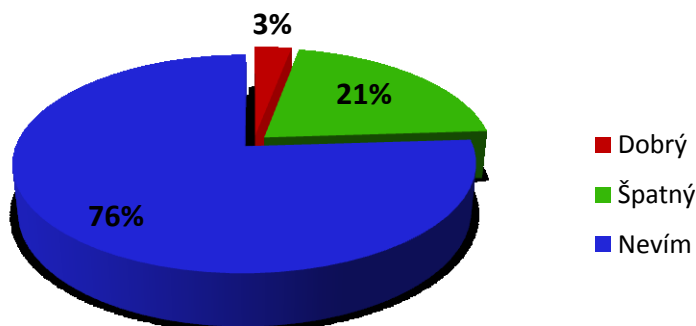
Graf 5.9



### Otázka č. 10 - Jak by jste zhodnotil/a stav ubytovacích zařízení na Frýdlantsku?

K hodnocení stavu ubytovacích zařízení 76% dotazovaných odpovědělo neví a to z toho prostého důvodu, že v regionu buď žijí, nebo bydlí dostatečně blízko na to, aby se zde nemuseli ubytovávat při návštěvě některé z atrakcí. Většina z těch, co zde ubytována byla, pobývala na horských chatách. Jako dobrý stav hodnotí pouhé 3%. 21% považuje stav ubytování za špatný, z čehož je celých 17% místních obyvatel.

Graf 5.10



## 5.4 CESTOVNÍ RUCH V REGIONU

Jedním z cílů mé bakalářské práce bylo zjistit, zda je region Frýdlantsko připraven na zvýšení objemu cestovního ruchu. Podle mého názoru připraven není a to především proto, že v této době jdou stále všechny finance na odstranění povodňových škod a na znovuoobnovení infrastruktury. Na investice do cestovního ruchu není dostatek finančních prostředků a tyto záležitosti se jeví druhořadé v porovnání s tím, s čím se po povodních musejí města vypořádávat.

Jediný druh turistiky, který by se bez problémů mohl rozšiřovat, je sportovně zaměřená turistika – pěší turistika, cykloturistika apod. Stezky téměř nebyly zasaženy a ani ubytování v horských chatách se povodně netýkají. Značení a stezky jsou průběžně udržovány a mapky nebo informační letáky k různým trasám se dají sehnat prakticky kdekoliv.

Na Frýdlantsku je nedostatečná základní a doplňková infrastruktura pro rozvoj cestovního ruchu, problém je především s ubytovacími zařízeními a s dopravní infrastrukturou. Chybí zde také nabídka programů a produktů cestovního ruchu a cestovní ruch pro náročnější klientelu vůbec nepřipadá v úvahu.

## 6. DOPORUČENÍ

V rámci **propagace** bych regionu rozhodně doporučila investice do propagačních materiálů a do **informačních center**, protože podle mých zjištění jim chybí finance na to, aby se zúčastňovali více veletrhů, nebo na to, aby mohly propagační materiály posílat i do dalších informačních center mimo region. Naprosto nutná je spolupráce mezi jednotlivými složkami cestovního ruchu v rámci propagace. Chybí zde vzájemné vyměňování propagačních materiálů a jejich zprostředkování turistům.

Také **webové prezentace** regionu by měly být přehlednější a rozhodně dodělané. Našla jsem několik takovýchto stránek, ovšem jejich stav je naprosto nedostačující. Některé odkazy - části jsou zpracované tak detailně, že jsou až nepřehledné, jiné zas chybí úplně. Také si myslím, že informační centrum ve Frýdlantu by mělo spravovat své vlastní internetové stránky. Na těchto stránkách by měla být průběžně aktualizovaná především databáze ubytovacích a stravovacích zařízení v regionu, popřípadě zaveden systém rezervace ubytování přímo přes stránky MIC. Myslím také, že by bylo dobré natočit krátký spot o Frýdlantsku, jeho památkách, přírodních krásách apod. a umístit toto video na co nejvíce serverů.

Co se týče spolupráce mezi subjekty cestovního ruchu, je naprosto nezbytné zavedení **managementu turistické destinace**, který v tomto regionu naprosto schází. Subjekty (atraktivita, města) nemají žádné vedení, jednají samostatně, a proto spolupracují jen v rámci potřeby. Úkolem managementu by bylo nejen přimět dané subjekty ke spolupráci, ale především zavést systém řízení cestovního ruchu včetně jeho marketingu, přípravy a realizace **produktových balíčků**, které zde prakticky neexistují.

Ovšem toto vše je úzce spojeno s **infrastrukturou** cestovního ruchu. Je potřeba využít potenciál regionu pro rozvoj cestovního ruchu, využít možností financování z různých projektů v oblasti cestovního ruchu, ze strukturálních fondů Evropské Unie. Vytvářet nejenom programy a balíčky, ale především zajistit kvalitní základní infrastrukturu – zlepšit dopravní dostupnost v regionu, podporovat vznik nových

restauračních a ubytovacích zařízení, podporovat české podnikatele a hlavně zajistit školení kvalitního personálu v jednotlivých zařízeních cestovního ruchu.

Nová **ubytovací zařízení** by měla vznikat nejlépe přímo ve městech. Penzionů a horských chat je v Jizerských horách dostatek, i když o vysoké kvalitě ubytování se hovořit nedá. S největším nedostatkem ubytovacích kapacit se paradoxně potýká největší město regionu – Frýdlant. Se svými padesáti šesti lůžky nemůže konkurovat žádnému městu v regionu a přitom právě ve Frýdlantu je jedna z nejzajímavějších atrakcí Frýdlantska a odehrávají se zde největší kulturní akce. Jsou zde pouze motely a penziony a je naprosto nezbytné, aby zde byl vybudován minimálně jeden hotel s kapacitou alespoň 40 lůžek. Velice vhodné by bylo k tomuto účelu využít historických budov v centru města. Další zajímavou možností se jeví využít historických hospodářských budov, kterých je v blízkém okolí zámku značný počet a jsou naprosto nevyužité, zachovat jejich historický ráz a udělat tak ubytování zajímavější.

Frýdlantsko má poměrně velké množství **cyklistických tras**. Pokud ale cyklista nechce jezdit trasami v kopcích nebo využít Singltreku, kvalita silnic, po kterých se bude muset vydat, je nevalná. Dávat neustále pozor na kolem jedoucí auta také není příjemné. Osobně bych doporučila oddělení cyklistů a aut. Tato forma provozu skvěle funguje nedaleko za hranicemi, v Německu. Podél silnice vede asfaltová stezka většinou oddělená pruhem trávy, na kterou smí pouze cyklisté a **in-line** bruslaři. Cyklostezka vede podél silnice a může se napojovat i na jiné stezky vedoucí přírodou. Je to sice velká investice, ale rozhodně zajistí cyklistům i bruslařům bezpečnou, pohodlnou a nerušenou jízdu. Vyřešil by se tím také problém naprostého nedostatku in-line stezek na Frýdlantsku. Takováto síť stezek by rozhodně přilákala mnoho sportovním nadšenců.

Jako region hraničící se dvěma sousedními státy by mělo Frýdlantsko využít i **zahraničních turistů** z Německa a z Polska. Tzn. propagační materiály ve více jazycích, školený personál mluvící především německy popř. polsky. Region by také na svém území měl podporovat projekty Euroregionu Nisa, rozhodně se tím v sousedních státech více zviditelní.

Velkým problémem, se kterým se Frýdlantsko potýká, je neškolený a nekvalifikovaný **personál** ve službách cestovního ruchu. Nejvyužívanějších cizím

jazykem na Frýdlantsku je němčina a mělo by tedy být samozřejmostí, že pracovníci budou tento jazyk ovládat minimálně na základní úrovni. Setkala jsem se s tím, že v informačním centru personál německy neuměl vůbec. V hotelech a penzionech obsluha většinou také nevládne tímto nejpoužívanějším jazykem. Proto si myslím, že je nutné, aby zaměstnavatelé zajistili personálu lekce německého jazyka a návštěvu různých vzdělávacích seminářů pořádaných např. AHR nebo HOTREC. Samotný personál by měl v tomto ohledu také vyvinout vlastní iniciativu. Zaměstnanci pracující přímo v cestovním ruchu by měli navštěvovat různá školení a semináře pořádané např. agenturou CzechTourism.

## 7. ZÁVĚR

Region má velmi slibný turistický potenciál. Oplývá nádhernou přírodou, krásnými skalními vyhlídkami. Turistické trasy Jizerskými horami vedou překrásnou krajinou, je zde přehršel cyklistických a naučných stezek, vše je perfektně značené a spravované. V regionu je mnoho zajímavých a jedinečných atraktivit, jako je Obří sud, Hejnický klášter, Lázně Libverda nebo hrad a zámek Frýdlant.

Ovšem tento potenciál není využit a z větší části omezen problematickou infrastrukturou. Největší problém, z mého pohledu, tvoří špatná dopravní dostupnost, špatná kvalita ubytování, téměř žádný management turistické destinace a nedostatek kvalifikovaného personálu. Subjekty cestovního ruchu spolu musí nutně začít spolupracovat.

Podle mého názoru, jestliže region odstraní tyto největší nedostatky a zlepší svou propagaci, může se stát mnohem navštěvovanější a známější destinací než doposud.

# SEZNAM ZDROJŮ

## Literatura:

1. ČECH, J. *Malá encyklopedie cestovního ruchu : Vybrané pojmy v češtině a angličtině, definice, zkratky*. 1. vyd. Praha : Idea servis, 1998. 130 s. ISBN 80-85970-19-8.
2. DAVID, P., et al. *Průvodce po Čechách, Moravě a Slezsku : Frýdlantsko*. 1. vyd. Praha : S & D, 2008. 176 s. ISBN 978-80-86899-38-1.
3. FIŠEROVÁ, V. *Volný čas a jeho animace v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha : Vysoká škola hotelová v Praze 8, 2008. 91 s. ISBN 978-80-86578-87-3.
4. FRANCOVÁ, E. *Cestovní ruch*. 1. vyd. Olomouc : Univerzita Palackého, 2003. 119 s. ISBN 80-244-0719-1.
5. HESKOVÁ, M., et al. *Cestovní ruch : pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 1. vyd. Praha : Fortuna, 2006. 224 s. ISBN 80-7168-948-3.
6. HRALA, V. *Geografie cestovního ruchu*. 2. vyd. Praha : Idea servis, 1994. 190 s. ISBN 80-901462-4-4.
7. KOTLER, P. *Marketing podle Kotlera : Jak vytvářet a ovládnout nové trhy*. 1. vyd. Praha : Management Press, 2000. 258 s. ISBN 80-7261-010-4.
8. MALÁ, V. *Cestovní ruch : (Vybrané kapitoly)*. 1. vyd. Praha : Vysoká škola ekonomická, 1999. 83 s. ISBN 80-7079-443-7.
9. ORIEŠKA, J.; ČECH, J. *Technika služeb cestovního ruchu*. Praha : Idea servis, 1994. 131 s. ISBN 80-901462-1-X.
10. ŘEHÁČEK, M.; SIMM, O. *Daleké obzory : jizerskohorské skalní vyhlídky*. 1. vyd. Liberec : Jizersko-ještědský horský spolek, 2003. 112 s. ISBN 80-903252-1-1.
11. SIMOVÁ, J. *Marketingový výzkum*. 1. vyd. Liberec : Technická univerzita, 2005. 121 s. ISBN 80-7372-014-0.
12. ŠTERNOVÁ, P. (ed.), et al. *Soupis nemovitých kulturních památek v Libereckém kraji : okres Liberec*. Liberec : Národní památkový ústav, územní odborné pracoviště, 2010. A-Le. 268 s s. ISBN 978-80-903934-2-4.



13. VYSEKALOVÁ, J.; STRNAD, P.; VYDROVÁ, J. *Základy marketingu : pro střední odborné školy*. 1. vyd. Praha : Fortuna, 2003. 168 s. ISBN 80-7168-419-8.

#### **Internetové zdroje:**

1. <http://www.hermanice.com/index.php?v=1&m=5&l=> (2011-3-14)
2. <http://www.frydlantsko.cz/dr-cs/mesta-a-obce/frydlantsko/hejnice.html> (2011-3-14)
3. <http://www.frydlantsko.cz/dr-cs/mesta-a-obce/frydlantsko/raspenava.html> (2011-3-14)
4. <http://www.nmps.cz/historie.php> (2011-3-14)
5. <http://www.mesto-frydlant.cz/cs/mesto-frydlant/> (2011-3-14)
6. <http://www.frydlantsko.cz/dr-cs/mesta-a-obce/frydlantsko/frydlant.html> (2011-3-14)
7. <http://www.singltrekpodsmrkem.cz/cs/trasy> (2011-4-22)
8. <http://www.masif.cz/vypis.php?id=27> (2011-4-22)
9. <http://www.neisse-nisa-nysa.org/index.php?id=36&L=1> (2011-4-22)
10. <http://www.valdstejske-slavnosti.cz/cs/program.html> (2011-4-22)
11. <http://www.ljdfrydlant.cz/> (2011-4-22)
12. [http://www.jizerske-hory-ubytovani.eu/s/zimni\\_sporty\\_jizerske\\_hory](http://www.jizerske-hory-ubytovani.eu/s/zimni_sporty_jizerske_hory) (2011-4-22)
13. <http://www.idos.cz> (2011-4-22)
14. <http://www.mesto-frydlant.cz/cs/mesto-frydlant/> (2011-3-14)
15. <http://www.frydlantsko.cz/> (2011-3-14)
16. <http://www.ekovychovalk.cz/cs/zajimavosti/chranene-krajinne-oblasti/chko-jizerske-hory.html> (2011-4-22)
17. <http://www.frydlantsko.cz/cs/mikroregion/uredni-deska/> (2011-4-27)
18. <http://www.mesto-frydlant.cz/cs/turistika-sport-vystavy/ubytovani-v-okoli.html> (2011-4-29)
19. <http://www.lunaria-jindrichovice.cz/skanzen> (2011-5-3)

## **Zdroje obrázků:**

1. Obr. 4.1 Kraje ČR - <http://www.zemepis.com/smkraje.php> (vlastní úprava) (2011-3-23)
2. Obr. 4.2 Frýdlantsko - <http://www.frydlantsko.cz/cs/mapa.html> (2011-3-23)
3. Obr. 4.3 Jizerské hory zničené kyselým deštěm - [http://wapedia.mobi/cs/Oxidy\\_s%C3%ADry](http://wapedia.mobi/cs/Oxidy_s%C3%ADry) (2011-3-23)
4. Obr. 4.4 Obnovující se Jizerské hory - <http://www.tisicovky.cz/cs/hory/jizerske-hory/foto/> (2011-3-23)
5. Obr. 4.5 Skalní vyhlídka Paličnick - <http://martijan.bloguje.cz/tema-2-treninky.php> (2011-4-21)
6. Obr. 4.6 Skalní vyhlídka Ořešník - [http://st6.geg.cz/photo/119739\\_detail.jpg](http://st6.geg.cz/photo/119739_detail.jpg) (2011-4-21)
7. Obr. 4.7 Hejnický klášter – <http://www.photoextract.com/cs/foto/247454.html> (2011-4-21)
8. Obr. 4.8 Hrad a zámek Frýdlant – <http://www.zamky-hrady.cz/1/frydlant.htm> (2011-4-21)
9. Obr. 4.9 Lázně Libverda - <http://www.superlazne.cz/lazne-libverda-cesko/> (2011-4-28)
10. Obr. 4.10 Klingerovo mauzoleum - [http://cs.wikipedia.org/wiki/Soubor:Klingerovo\\_mauzoleum.jpg](http://cs.wikipedia.org/wiki/Soubor:Klingerovo_mauzoleum.jpg) (2011-4-21)
11. Obr. 4.11 Obří sud - <http://www.infolbc.cz/cz/fotogalerie/fotokoli1.html> (2011-4-21)
12. Obr. 4.12 Smírčí kříž - <http://ceskyrajdetem.as4u.cz/dr-cs/dalsi-historicke-pamatky/frydlantsko/smirci-krize-v-raspenave.html> (2011-4-21)
13. Obr. 4.13 Mapa Singltreku - <http://www.singltrekpodsmrkem.cz/cs/trasy> (2011-4-22)
14. Obr. 4.14 Singltrek - [http://liberec.idnes.cz/cyklostezka-prevalcovala-v-ankete-o-nejlepsi-atrakci-i-jested-a-babylon-13h-/liberec-zpravy.asp?c=A101102\\_162724\\_liberec-zpravy\\_alh](http://liberec.idnes.cz/cyklostezka-prevalcovala-v-ankete-o-nejlepsi-atrakci-i-jested-a-babylon-13h-/liberec-zpravy.asp?c=A101102_162724_liberec-zpravy_alh) (2011-4-22)
15. Obr. 4.15 Valdštejnské slavnosti - <http://www.valdstejnske-slavnosti.cz/> (2011-4-22)
16. Obr. 4.16 Valdštejnské slavnosti - [http://www.atlaseska.cz/images/foto\\_kalendar/velka/v7655\\_slavnosti-valdst.jpg](http://www.atlaseska.cz/images/foto_kalendar/velka/v7655_slavnosti-valdst.jpg) (2011-4-22)
17. Obr. 4.17 Regionální produkt - <http://www.regionalniprodukt.cz/cs/partneri.html> (2011-4-27)

## SEZNAM ZKRATEK

**AHR** – Asociace hotelů a restaurací ČR

**apod.** – a podobně

**cca** – cirká

**ČSN** – Česká technická norma

**EN** – Evropská norma

**ha** – hektar

**hl** – hektolitr

**HOTREC** – Hotels, Restaurants and Cafés in Europe

**CHKO** – chráněná krajinná oblast

**IC** – informační centrum

**km** – kilometr

**m** – metr

**MASiF** – Místní akční skupina regionu Frýdlantsko

**m. n. m.** – metry nad mořem

**MIC** – městské informační centrum

**např.** - například

**obr.** – obrázek

**pol.** – polovina

**resp.** – respektive

**st.** – století

**tj.** – to jest

**tzn.** – to znamená

**tzv.** – takzvaný

**WTO** – World Tourism Organization

## SEZNAM GRAFŮ

Graf 5.1 .....	38
Graf 5.2 .....	39
Graf 5.3 .....	39
Graf 5.4 .....	40
Graf 5.5 .....	40
Graf 5.6 .....	40
Graf 5.7 .....	41
Graf 5.8 .....	41
Graf 5.9 .....	42
Graf 5.10 .....	42

## SEZNAM TABULEK

Tabulka 2.1 Přehled základních metod sběru dat.....	11
---	----

## **Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce**

Prohlašuji, že

- jsem byl(a) seznámen(a) s tím, že na mou diplomovou (bakalářskou) práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou (bakalářskou) práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová (bakalářská) práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové (bakalářské) práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové (bakalářské) práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou (bakalářskou) práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Uherském Hradišti dne .....

.....

jméno a příjmení studenta

Adresa trvalého pobytu studenta:

.....

# SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1 Dotazník

Příloha č. 2 Historie Frýdlantska

Příloha č. 3 Nejvýznamnější města

Příloha č. 4 Propagační materiály

Příloha č. 5 Fotografie – Jizerské hory

Příloha č. 6 Fotografie – Povodně 2010